

รวมบทความ

การประชุมวิชาการและการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ 2556
เรื่อง “การวิจัยรับใช้ชุมชน สร้างสังคมฐานความรู้”

ภายใต้ความร่วมมือ

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

สารบัญ (ต่อ)

ภาคโปสเตอร์		หน้า
15. การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ธุรกิจขนาดกลาง โดยใช้ตัวแบบจำลองCAPM: กรณีศึกษาหลักทรัพย์ 2S,AF,AGE,BROOK,CHUO และ TCAP	วรรณวิสา หว่างตระกูล	91
16. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสินค้ากลุ่มคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบไปยังตลาดอาเซียนของกลุ่มประเทศสมาชิก	ศุภศิรั สุวรรณเกษร	92
17. การศึกษาเปรียบเทียบความเสี่ยงและอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์กลุ่มอุตสาหกรรมเหล็ก โดยใช้แบบจำลองCAPM: กรณีศึกษาหลักทรัพย์ TWP, TYCN, TSTH, AMC, GSTEL และ PAP	เอกลักษณ์ พลอยกิติคุณ	93
18. การรับรู้และความคาดหวังที่มีผลต่อการปรับตัวของผู้ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนนทบุรีจากพระราชบัญญัติคุ้มครองเงินฝาก	กรณัทธ ดอยยี่ปี	94
19. การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของหลักทรัพย์หมวดธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม โดยใช้แบบจำลอง CAPM: กรณีศึกษาหลักทรัพย์ PM, PR, SNP, SAUCE, SFP และ SORKON	จินตนา เขียวเสน	95
20. การรับรู้คุณค่าของแบรนด์และส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อความภักดีต่อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มยี่ห้อไก่ในเขตกรุงเทพมหานคร	ดวงกมล เตชะวิญญธรรม	96
21. การศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท อมรินทร์ บัค เซ็นเตอร์ จำกัด	นุชนาด กล้าหาญ	97
22. การศึกษาเปรียบเทียบความเสี่ยงและอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์หมวดอสังหาริมทรัพย์ โดยใช้แบบจำลอง CAPITAL ASSET PRICING MODEL (CAPM)	พอสิริ วีระอนันต์วัฒน์	99
23. การศึกษาเปรียบเทียบความเสี่ยงและอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์หมวดพัฒนาอสังหาริมทรัพย์โดยใช้แบบจำลอง CAPM: กรณีศึกษาหลักทรัพย์ PLE, PREB, PRECHA, PRIN และ PS	มะลิวรรณ จิราภิรมย์	100
24. การศึกษาเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทน และความเสี่ยงของหลักทรัพย์ในหมวดธุรกิจการเกษตร โดยใช้แบบจำลอง CAPM: กรณีศึกษาหลักทรัพย์ ASIAN, CHOTI, CM, CPI, EE และ GFPT	ยศยา จันทรสุข	101
25. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรักษานุเคราะห์ให้คงอยู่กับองค์กร ศึกษาเฉพาะกรณีพนักงานประจำสาขาในธุรกิจค้าปลีก ในเขตกรุงเทพมหานคร	วัตสัน เอมแจ้ง	102
26. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการสื่อสารการตลาด (IMC) ที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเพิ่มของลูกค้าบริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	วันรัตน์ สุวรรณบัตร	103
27. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านการเงินของส่วนการคลังองค์การบริหารส่วนตำบลพรสวรรค์ อำเภอนาจะหลวย จังหวัดอุบลราชธานี	วิชุนี ยะวงศรี	104

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสินค้ากลุ่มคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ
ไปยังตลาดอาเซียนของกลุ่มประเทศสมาชิก

ศุภศิวิ สุวรรณเกษร

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้จึงมุ่งเน้นไปที่วิเคราะห์ความได้เปรียบในการส่งออกสินค้าคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ไปยังตลาดอาเซียนของกลุ่มประเทศสมาชิก เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายเพื่อรักษาความได้เปรียบในส่งออกของประเทศไทยไปยังตลาดอาเซียน โดยข้อมูลจากฐานข้อมูล Un Comtrade (Hs code 8471) และวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขันการส่งออกสินค้ากลุ่มคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ด้วยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage) ตามแนวคิดของ Balassa (1965) ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า ประเทศสิงคโปร์มีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ย มากที่สุดเท่ากับ 2,008,114,250 ดอลลาร์สหรัฐอเมริการองลงมา คือ ประเทศมาเลเซีย มีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยเท่ากับ 1,317,994,706 ดอลลาร์สหรัฐอเมริการองลงมา คือ ประเทศไทย มีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยเท่ากับ 818,278,469 ดอลลาร์สหรัฐอเมริการองลงมา คือ ประเทศฟิลิปปินส์ มีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยเท่ากับ 441,396,719 ดอลลาร์สหรัฐอเมริการองลงมา คือ อินโดนีเซีย มีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยเท่ากับ 295,490,502 ดอลลาร์สหรัฐอเมริการองลงมา คือ เวียดนาม มีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยเท่ากับ 55,497,113 ดอลลาร์สหรัฐอเมริการองลงมา คือ กัมพูชา มีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยเท่ากับ 30,595 ดอลลาร์สหรัฐอเมริการองลงมา ตามลำดับ

ผลการคำนวณค่า RCA การส่งออกสินค้ากลุ่มคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ผลการวิจัยพบว่า ประเทศฟิลิปปินส์ มีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 1.97 รองลงมา คือ ประเทศมาเลเซีย มีค่าดัชนีเฉลี่ยเท่ากับ 1.79 ประเทศสิงคโปร์ มีค่าดัชนีเฉลี่ยเท่ากับ 1.19 ประเทศไทย มีค่าดัชนีเฉลี่ยเท่ากับ 0.91 ประเทศอินโดนีเซีย มีค่าดัชนีเฉลี่ยเท่ากับ 0.51 ประเทศเวียดนาม มีค่าดัชนีเฉลี่ยเท่ากับ 0.17 และประเทศกัมพูชา มีค่าดัชนีเฉลี่ยเท่ากับ 0.0013 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดการส่งออกคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ พบว่า ประเทศสิงคโปร์มีส่วนแบ่งการตลาดเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 0.41 รองลงมา คือ ประเทศมาเลเซีย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.26 ประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.17 ประเทศฟิลิปปินส์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.09 ประเทศอินโดนีเซีย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.06 ประเทศเวียดนาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.014 และประเทศกัมพูชา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.0001 ตามลำดับ

คำสำคัญ : อาเซียน คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ